

PROGRAMMA TURISTICO DI PROMOZIONE LOCALE 2012 (art. 6, L.R. 7/98 e successive modificazioni di cui alla L.R. 2/07)

1. LINEE STRATEGICHE

Si richiamano in forma integrale, quale principale riferimento dei criteri e degli obiettivi di programmazione del presente PTPL, le Linee Strategiche adottate dal Consiglio Provinciale con Deliberazione n. 142 del 20/04/2011 e di seguito approvate dalla Giunta della Regione Emilia-Romagna con Deliberazione n. 741 del 30.05.2011

2. SERVIZI TURISTICI DI BASE RELATIVI ALL'ACCOGLIENZA, ANIMAZIONE E INTRATTENIMENTO TURISTICO

I progetti relativi all'informazione-accoglienza turistica proposti dagli Enti competenti (Comuni, Comunità Montane e Unioni di Comuni) e ritenuti ammissibili sono riportati in ordine di priorità decrescente nel seguente schema:

Posizione Graduatoria	Soggetto richiedente	Progetto/descrizione	Costi previsti
1	Comune di Modena	IAT di Modena 2012 - IAT diffuso	263.500,00
2	Comune di Carpi capofila dell'aggregazione composta da Carpi, Campogalliano, Novi e Soliera	Gestione ufficio IAT "Terre d'Argine"	105.000,00
3	Unione Comuni Terre dei Castelli (Comuni di Vignola, Castelvetro, Savignano, Spilamberto e Castelnuovo R.)	Gestione ufficio IAT "Terre di Castelli"	90.000,00

3. INIZIATIVE DI PROMOZIONE TURISTICA DI INTERESSE LOCALE

3.1. GRADUATORIA ED ATTRIBUZIONI DI MERITO

Gli interventi di promozione turistica di interesse locale, ritenuti ammissibili per caratteristiche del soggetto proponente e delle attività previste, sono riportati in ordine di priorità decrescente nel seguente schema:

Soggetto proponente	Progetto/descrizione	Costi previsti	Valutazione complessiva
Cons. Valli del Cimone	Appennino Bianco 2011-2012	€ 190.000,00	OTTIMO
Cons. Valli del Cimone	Cimone dolce e dinamico 2012	€ 490.000,00	OTTIMO
Comune di Castelfranco Emilia	Villa Sorra: arte, Cultura e turismo	€ 30.000,00	DISTINTO
Comune di Maranello	Informare attraverso il territorio, IAT diffuso del territorio - Museo in rete con il Territorio	€ 89.100,00	DISTINTO
Cons. Valli del Cimone	Natura W 2012 - La natura dei Parchi	€ 45.000,00	DISTINTO
Comune di Carpi	Il Palazzo dei Pio, porta d'ingresso al circuito dei castelli modenesi	€ 20.000,00	DISTINTO
Associazione Volontaria Pro Rocca	Il borgo è in festa tra dame e cavalieri	€ 18.000,00	BUONO
Comune di Finale Emilia	Finale Emilia: tra storia e memoria	€ 43.000,00	BUONO

APPENNINO BIANCO 2011-2012

Soggetto proponente: Consorzio di Promo-Commercializzazione Turistica dell'Appennino Modenese "Valli del Cimone" d'intesa e per conto dei soggetti coinvolti meglio dettagliati nel paragrafo dedicato.

Descrizione del progetto: Viene proposta la promozione coordinata e unitaria del territorio del comprensorio appenninico con riferimento al turismo invernale, con particolare attenzione alla diversificazione dell'offerta, alle caratteristiche di attrattività dei singoli territori, con riferimento ai servizi offerti e agli eventi programmati, diversificando l'offerta per target e per fasce di prezzo per esaltare il carattere polifunzionale dell'offerta turistica. Inoltre i prodotti specifici proposti ai fruitori vengono diversificati per tipologia e target.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto: il territorio coinvolto è l'intero territorio appenninico interessato dal turismo invernale e i soggetti coinvolti oltre al capofila Consorzio "Valli del Cimone" sono il Consorzio Stazione Invernale del Cimone, Frassinoro, i Comuni di Fanano, Montecreto, Riolunato, Sestola e Pievepelago, la Scuola di Sci Val Dragone e Boscoreale, il Centro Fondo Boscoreale, la Società Sportiva Frassinoro, lo Sci Club Piandelagotti, l'Agonistica Boscoreale, gli operatori turistici e le imprese commerciali del Comprensorio Cimone e del Comprensorio Paradiso del Fondo aderenti al piano e il Consorzio Piane di Mocogno.

Obiettivi:

- promuovere e commercializzare in maniera unitaria il prodotto neve attraverso un'immagine coordinata;
- attuare strategie di prancing: creazione di proposte commerciali promozionali per incentivare la conoscenza del territorio da parte di coloro che non hanno mai frequentato le Stazioni;
- garantire la qualità dell'offerta e prezzi trasparenti con spese aggiuntive comprese o dichiarate;
- ricercare la soddisfazione del cliente attraverso l'erogazione di una rete di servizi professionali e qualificati;

- attivare azioni di co-marketing con altri comprensori dell'Emilia Romagna con particolare attenzione verso quelli rivolti al target di riferimento del presente progetto;
- offrire punti di riferimento certi e affidabili per le informazioni e le prenotazioni;
- divulgare le informazioni tra le aziende aderenti finalizzate ad attuare una migliore accoglienza del cliente e a creare una rete quanto più omogenea;
- monitorare il grado di soddisfazione degli ospiti attraverso schede di rilevamento atte a valutare il livello di servizio e di soddisfazione della clientela;
- stimolare il turista a prolungare il proprio soggiorno offrendo nelle proposte commerciali servizi complementari;
- promuovere le attività estive nel periodo invernale;
- aumentare la visibilità del prodotto sui mercati attraverso il coordinamento delle azioni e degli strumenti con i progetti di Promozione e Commercializzazione Turistica già avviati in stretto rapporto con l'Unione di Prodotto Appennino e Verde e APT Servizi Emilia Romagna.

Mercati di intervento. Tutte le azioni previste sono rivolte ai tradizionali mercati dei bacini di prossimità della pianura emiliana e del versante toscano, della Romagna e dell'alta Emilia e ai mercati da sviluppare di Marche e Lazio.

Nel caso delle offerte per settimane bianche per gruppi organizzati, il mercato si estende a tutto il territorio italiano e coinvolge, in accordo con APT Servizi, anche l'Europa dell'Est.

Segmenti di domanda. Le azioni e proposte diversificate sono rivolte a sciatori tradizionali (discesa e fondo), tribù dello snowboard, famiglie con bambini, gruppi di adulti, scolastici e sportivi oltre ai tradizionali fruitori pendolari giornalieri.

Principali azioni e strumenti.

Il progetto è costituito dall'integrazione di diverse azioni relative a:

- promozione e comunicazione attraverso la realizzazione di un'immagine editoriale coordinata;
- campagna d'informazione e comunicazione sulla stazione invernale del Cimone,
- partecipazione a fiere e workshops specializzati sul segmento neve/montagna con particolare riferimento all'organizzazione della presenza presso la fiera "Skipass" con una visibilità diversificata e un'organizzazione più mirata al coinvolgimento della tribù per lo stand Snowpark;
- Marketing Diretto e Web Marketing;
- promozione della stazione invernale del Cimone mediante la creazione di sinergie con realtà diverse attraverso azioni di co-marketing e la partecipazione ad eventi o situazioni particolari:
 - comarketing fun parks – aquafan.
 - comarketing Bologna f.c.
 - evento vertical tour.
 - campagna gds/centri fitness in co-marketing udp (costo azione sostenuto da udp)
 - partecipazione all'evento il mondo di Pippi in concomitanza con la fiera millenaria a Gonzaga – MN;
 - sponsorizzazione pista di pattinaggio piazza XX Settembre a Modena
 - partecipazione all'evento bambinopoli – Vignola
- promozione e comunicazione Paradiso del Fondo con distribuzione di materiale;
- azioni di promozione e comunicazione Consorzio Piane di Mocogno con l'organizzazione di eventi durante la stagione.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati: l'analisi dei risultati sarà differenziata a seconda dell'ambito per cui la comunicazione sarà valutata mediante il monitoraggio da parte del call center di tutte le richieste di informazioni pervenute e con un riscontro diretto, dove questo è possibile, inserendo all'interno della pubblicità un coupon da riconsegnare compilato con i dati personali;

La Campagna web sarà monitorata grazie al numero di accessi e di visite ai siti web e il numero di richieste di informazioni e di prenotazioni pervenute;

Il riscontro di fiere, manifestazioni e iniziative promozionali in genere sarà effettuato considerando il numero di contatti attivati, la quantità di materiale distribuito, i ritorni telefonici, di email e di visite al sito internet o quelli diretti a iniziativa in corso.

I risultati ottenuti dall'attività del Call Center emergeranno dal rilevamento di arrivi e presenze e dal rilevamento delle persone che hanno usufruito di promozioni e agevolazioni oggetto del progetto.

Importo del progetto: € 190.000,00

Attribuzione di merito: OTTIMO

CIMONE DOLCE E DINAMICO 2012

Soggetto proponente: Consorzio di Promo-Commercializzazione Turistica dell'Appennino Modenese "Valli del Cimone" d'intesa e per conto dei soggetti coinvolti meglio dettagliati nel paragrafo dedicato.

Descrizione del progetto: il progetto tende a valorizzare un punto di forza del territorio e cioè la capacità di fare sistema che, negli anni, ha portato a una sempre più netta evoluzione dell'offerta verso la conquista di nuovi mercati.

Il progetto si articola in un programma di azioni tematiche e di eventi rivolto ai segmenti di mercato individuati che fanno da traino alla promozione di tutto il territorio, in particolare quindi il turismo sportivo, che garantisce prenotazioni anticipate, destagionalizzazione e permanenze settimanali, ma anche il turismo familiare per il quale è prevista l'intensificazione delle promozioni e delle offerte, legate prevalentemente ai prodotti trasversali quali enogastronomia e cultura.

Tenendo presente anche i punti di debolezza del territorio e delle esigenze del nuovo turista, che si concretizzano nella crescita dei soggiorni brevi e dell'attenzione al prezzo, in una clientela sempre più critica e attenta, la Cooperativa PromAppennino, in qualità di socio del Consorzio Valli del Cimone, per il 2012 si aggrega nelle attività e nel "sistema" progettuale con lo scopo di qualificare ulteriormente gli obiettivi comuni dell'area appenninica e gettare le basi per azioni di promo-commercializzazione coordinate e congiunte che rimandino un'immagine della Montagna Modenese come un sistema turistico sinergico e coeso,.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto: Comuni di Fanano, Fiumalbo, Frassinoro, Lama Mocogno, Montecreto, Montefiorino, Palagano, Pavullo, Pievepelago, Polinago, Prignano, Riolunato, Serramazzone, Sestola. e Soc. Coop PromAppennino.

Obiettivi:

- sviluppo di una strategia maggiormente orientata alla commercializzazione, tramite la promozione di offerte di soggiorno sempre più adeguate alle richieste del turista e con un pricing allettante;
- esaltazione nella comunicazione del concetto di vita genuina a contatto con la natura in un contesto montano;
- attività di fidelizzazione per i clienti che già hanno soggiornato in Appennino;
- creazione di un'immagine e di una massa critica nel mondo web attraverso una web promotion avanzata, utilizzando tutti i canali a disposizione dalla tecnologia web 2.0;
- interazione con gli operatori privati e pubblici per migliorare l'offerta ricettiva, dell'entertainment e dello shopping per lo sviluppo qualificativo dell'Appennino;
- ricerca di prodotti innovativi per aggiornare le offerte.

Mercati di intervento: all'interno dei diversi target di riferimento possono essere individuati dei segmenti specifici relativamente allo "scopo" della vacanza con i relativi mercati di riferimento.

Turismo familiare rivolto prevalentemente a Emilia, Toscana e Marche.

Turismo sportivo e naturalistico e Turismo gastronomico e culturale, con proposte individuali e rivolte a piccoli gruppi organizzati e/o squadre, nel caso del turismo sportivo, in cui i Mercati di riferimento sono Emilia Romagna, Toscana, Marche, Lazio e Nord Europa.

Tutte le attività rivolte ai mercati esteri saranno attuate in accordo con APT Servizi.

Segmenti di domanda:

turismo familiare, sportivo e naturalistico, di gruppo (cicloturismo), enogastronomico e culturale nelle aree di montagna, per l'offerta nei periodi al di fuori della stagione invernale

Azioni e strumenti:

- Azioni di promozione e comunicazione generale con l'organizzazione di eventi a particolare caratterizzazione, realizzazione di materiale promozionale coordinato e creazione di folder tematici contenenti le indicazioni di opportunità e servizi che il territorio offre, programmi di iniziative per definire l'immagine di un territorio orientato al turismo familiare, sportivo, naturalistico, gastronomico e culturale;
- Comunicazione e promozione con distribuzione di materiale, mailing list, web promotion e web marketing, conferenze stampa, pubblicità tv e radio locali. Le proposte e le iniziative saranno contraddistinte da una mascotte, lo scoiattolo Gastone, nell'intento di rendere immediatamente attribuibili le iniziative e di fidelizzazione;
- Attivazione di comarketing;
- Sostegno alla commercializzazione rivolta a gruppi, famiglie (Family card) e singoli individui con creazione di pacchetti all inclusive, last minute e open per soddisfare le diverse esigenze dei turisti;
- Calendario degli eventi nei quali il progetto si articola;
- Partecipazione a fiere, marketing diretto, organizzazione eventi, gadget, ecc.
- Sostegno degli eventi minori e collaborazione tra Comuni per la realizzazione di eventi di maggiore rilevanza con momenti di aggregazione che favoriscano i flussi turistici;

Criteri e modalità di riscontro dei risultati: l'analisi dei risultati sarà differenziata a seconda dell'ambito per cui la comunicazione sarà valutata mediante il monitoraggio da parte del call center di tutte le richieste di informazioni pervenute e con un riscontro diretto, dove questo è possibile, inserendo all'interno della pubblicità un coupon da riconsegnare compilato con i dati personali;

La Campagna web sarà monitorata grazie al numero di accessi e di visite ai siti web e il numero di richieste di informazioni e di prenotazioni pervenute;

Il riscontro di fiere, manifestazioni e iniziative promozionali in genere sarà effettuato considerando il numero di contatti attivati, la quantità di materiale distribuito, i ritorni telefonici, di email e di visite al sito internet o quelli diretti a iniziativa in corso.

I risultati ottenuti dall'attività del Call Center emergeranno dal rilevamento di arrivi e presenze e dal rilevamento delle persone che hanno usufruito di promozioni e agevolazioni oggetto del progetto.

Importo del progetto: € 490.000,00

Attribuzione di merito: OTTIMO

VILLA SORRA: ARTE, CULTURA E TURISMO

Soggetto proponente: Comune di Castelfranco Emilia per conto dei Comuni di Modena, Castelfranco E., Nonantola e San Cesario s/P e Associazione culturale "Per Villa Sorra".

Descrizione del progetto: il progetto di promozione prevede diverse azioni integrate che mirano a valorizzare e promuovere non solo la Villa in sè ma tutto il territorio di riferimento. Tra le azioni sono previsti moltissimi eventi e attività estive nel Parco e, dopo l'apertura prevista per fine 2011 della Villa, attività di servizio ed eventi realizzati in stretta collaborazione con le principali agenzie di incoming, gli operatori del settore turistico, i produttori e i consorzi dei prodotti tipici locali. Verranno proposte azioni di marketing per l'inserimento della Villa nel Circuito Terra di Motori e verranno realizzate brochure trilingue e materiali informativi e promozionale della Villa e dei servizi offerti.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto: Comuni di Modena, Castelfranco E., Nonantola e San Cesario s/P, Associazione culturale "Per Villa Sorra - XVS" che si occupa della gestione in collaborazione con gli enti citati.

Obiettivi:

- Elevare il livello di conoscenza e d'immagine del territorio definendo sinergie con con i Comuni limitrofi e con altre realtà;
- Potenziare ed affinare la collaborazione con il circuito Terra di Motori con cui i Comuni coinvolti già collaborano ed avviare quella con il circuiti Parchi e Dimore storiche proponendo integrazioni e collaborazioni;
- Elevare l'indice di utenza delle strutture alberghiere e della ristorazione e la durata media della permanenza facendo leva su potenzialità culturali ed enogastronomiche e sull'integrazione con i circuiti presenti;
- Incrementare la promozione e la valorizzazione dei prodotti turistici, culturali ed enogastronomici locali offrendo prodotti innovativi che consentano un maggiore impegno da parte degli operatori locali;
- Incrementare la conoscenza e la valorizzazione del Parco promuovendo sinergie con realtà locali come la Collezione d'epoca Righini presso il Castello di Panzano e i monumenti delle città d'Arte.

Mercati di intervento: mercato italiano, non solo locale, ed estero (soprattutto tedesco, inglese e statunitense) in accordo con APT Servizi; le azioni previste sono infatti orientate ad incrementare il livello di internazionalizzazione dei soggiorni con particolare attenzione alla categoria Luxury nel settore delle Leisure travel tramite lo sviluppo della vetrina sul Web e la creazione di eventi ad hoc.

Segmenti di domanda: oltre al turismo familiare, di gruppo (cicloturismo) e turismo a breve raggio si cercherà di ampliare il bacino di utenza puntando sull'interesse per il circuito turistico già consolidato Terre di Motori e per l'interesse diffuso per parchi e ville, puntando al mercato turistico sia italiano che estero.

Azioni e strumenti:

Il progetto è costituito dall'integrazione di diverse azioni, in particolare:

- consolidamento delle attività estive del parco;
- lancio dei servizi offerti dalla villa ad avvenuta apertura (fine 2011) del piano nobile e delle cucine per eventi e manifestazioni anche a carattere enogastronomico;

Gli strumenti utilizzati per la realizzazione delle azioni su citate sono in sintesi:

- distribuzione di stampati sulle caratteristiche, i servizi e le attività offerte da Villa Sorra attraverso gli operatori locali e i partner del progetto;

- piano di marketing coordinato con le agenzie di incoming, IAT di Modena, UIT di Nonantola,
- promozione del complesso attraverso il web con l'implementazione del sito e la traduzione in due lingue, l'invio di materiale attraverso mailing list e stampa,
- pubblicità in rete dei servizi offerti avvalendosi dei motori di ricerca e facebook con inserzioni e comunicazione mirate a target specifici.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati: allo scopo di conoscere la composizione, la qualità e la motivazione dell'utenza sarà predisposto un breve questionario da somministrare a utenti e fruitori. Verrà quindi, sulla base delle informazioni raccolte, fatta un'analisi statistica che possa consentire il monitoraggio dell'andamento delle visite, la partecipazione agli eventi e la valutazione dei servizi per consentire azioni correttive per orientare l'offerta e migliorare la comunicazione.

Importo del progetto: € 30.000,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

PROGETTO COORDINATO IAT DIFFUSO DEL TERRITORIO - MUSEO IN RETE CON IL TERRITORIO

Soggetto proponente: Comune di Maranello.

(I parte) - IAT DIFFUSO DEL TERRITORIO

Descrizione del progetto: potenziamento e sviluppo dei mezzi informativi e di promozione turistica articolati su una rete diffusa nel territorio del sistema turistico intercomunale dei Comuni di Fiorano Modenese, Formigine e Maranello, che va a costituire un prodotto integrato da presentarsi sui mercati nazionali ed internazionali con proposte organizzate su diversi livelli di categoria di spesa.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto:

Comuni di Fiorano Modenese, Formigine e Maranello; Associazioni di categoria e attività produttive e commerciali aderenti al Cons. Terra del Mito.

Obiettivi:

- valorizzare al meglio il potenziale di attrazione turistica del territorio della Ferrari e del Museo Galleria Ferrari, anche in funzione di accrescere l'identità e la conoscenza del sistema territoriale nel suo complesso in un'ottica di sviluppo locale;
- aumentare e strutturare la permanenza nell'area dei flussi turistici, trasformando il soggiorno in conoscenza del territorio e fruizione di diverse opportunità;
- integrare la rete dei punti informativi turistici istituzionali con punti informativi denominati "Testimoni del territorio" collocati nei luoghi di maggiore identità e vitalità economica del territorio, quali gli esercizi commerciali, i pubblici esercizi, le edicole, etc., dotati di strumenti informativi adeguati all'assistenza al turista.

Mercati di intervento: mercato provinciale e regionale in generale, mercato internazionale in particolare in relazione al prodotto "motori". Per quanto riguarda i mercati esteri le azioni verranno realizzate in collaborazione con APT Servizi.

Segmenti di domanda: turismo culturale, d'affari, enogastronomico.

Azioni e strumenti:

- sviluppo della rete di sostegno e promozione turistica attraverso lo IAT "Terra di Motori" presso la Galleria Ferrari e i punti di informazione turistica dei Comuni di Fiorano e Formigine;
- commercializzazione dei pacchetti turistici attraverso i canali già utilizzati dalle due agenzie turistiche già coinvolte nel progetto ed attraverso nuovi contatti con tour operators nazionali ed esteri;
- realizzazione e distribuzione di materiali informativi, cartine e brochure;
- Vetrofanie;
- pubblicazione dei pacchetti sui siti web delle agenzie di viaggio, degli alberghi, dei ristoranti e del Consorzio Maranello Terra del Mito;
- partecipazione ad eventi di promozione turistica;
- realizzazione e distribuzione di kit di accoglienza;
- formazione per gli operatori commerciali aderenti al progetto.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati: principalmente si prevede di monitorare, anche mediante compilazione di questionari e schede di rilevazione, il numero di punti informativi attivati presso operatori economici, numero di accessi agli strumenti di informazione della rete diffusa sul territorio, presenza su media tradizionali e telematici, numero di attività consorziate partecipanti al progetto, numero di pacchetti turistici elaborati e venduti.

(II parte) - MUSEO IN RETE CON IL TERRITORIO

Descrizione del progetto: si vuole costruire una rete di operatori diffusi sul territorio, preferibilmente quelli che già hanno aderito alla prima parte del progetto rendendosi disponibili a costituire la rete d'informazione diffusa sul territorio, per offrire ai turisti, nel 2010 i visitatori del Museo Ferrari sono stati 225.000, esperienze nuove da vivere in stretto legame con le tipicità, le tradizioni e i valori dei luoghi che stanno visitando, cercando di ampliare il territorio interessato ai benefici derivanti dalla presenza del museo, attualmente circoscritto alle sue immediate vicinanze.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto: Comune di Maranello, Museo Ferrari di Maranello, Consorzio misto pubblico-privato "Maranello Terra del Mito", attività economiche operanti sul territorio maranellese.

Obiettivi: il progetto del "Museo in rete con il territorio", pensato in forte sinergia con il Museo Ferrari e con il Consorzio Maranello Terra del Mito, intende promuovere e strutturare la permanenza sul territorio dei turisti sfruttando al meglio il potenziale attrattivo che lo caratterizza e si propone, attraverso la creazione e lo sviluppo di collaborazioni, a reciproco sostegno, tra attività commerciali e Museo Ferrari, l'integrazione del turismo legato alla passione per i motori con la promozione dello sviluppo economico locale.

Mercati di intervento: Turisti italiani e stranieri che visitano Maranello. Spagna (la presenza di un pilota spagnolo alla guida di una Ferrari ha già reso visibile la presenza di turisti spagnoli sul territorio) e verso gli USA proprio per la specifica tematica della Terra dei Motori e delle Città d'Arte in collaborazione con APT Servizi.

Azioni e strumenti:

Azioni nelle quali si articola il progetto:

- progettazione dell'itinerario museale da realizzare con la supervisione del Museo Ferrari;
- stima ed attivazione di copertura assicurativa degli oggetti esposti;

- riunione con tutti i soci del Consorzio Maranello Terra del Mito per l'attivazione degli accordi necessari alla strutturazione del percorso;
- attività di promozione del progetto presso le altre attività commerciali potenzialmente interessate a far parte del circuito;
- studio, progettazione e stampa dei materiali necessari (catalogo, stickers e pannelli stand alone per l'esposizione, eventuale gadget);
- allestimento delle aree destinate all'esposizione nelle diverse attività commerciali aderenti al progetto;
- consegna alle attività coinvolte dell'oggetto da esporre e del relativo materiale espositivo (pannello con la descrizione plurilingue dell'oggetto esposto e degli stickers dell'oggetto esposto);
- spedizione di un campione del catalogo/album alle agenzie di incoming sulla riviera romagnola e ai tour operator nazionali ed esteri con una lettera di presentazione per promuovere la diffusione dell'iniziativa;
- conferenza stampa, comunicati stampa,
- pubblicazione su siti internet del Maranello, Consorzio l'laranello Terra del Mito e del Museo Ferrari,
- spedizione a mailing list.

Strumenti di promozione per il raggiungimento degli obiettivi indicati:

- studio grafico e stampa del catalogo/album;
- stampa di stickers per la collezione;
- realizzazione di un espositore da collocare nelle attività aderenti al progetto
- comunicati stampa;
- pubblicazione sui siti internet del Maranello, del Consorzio Maranello Terra del Mito e del Museo Ferrari di Maranello;
- spedizione del catalogo a 60 agenzie di incoming sulla Riviera Romagnola e a tour operator come, ad esempio, Alpitour;

Criteri e modalità di riscontro dei risultati. Il sistema di riscontro dei risultati è articolato su quattro indicatori di performance:

- numero delle attività partecipanti al progetto,
- numero dei cataloghi distribuiti,
- numero delle richieste da tour operator e agenzie di incoming,
- numero di gadget consegnati ai turisti dalle attività partecipanti al progetto.

È previsto il coinvolgimento diretto delle attività aderenti al progetto con la compilazione di un questionario per il monitoraggio del progetto dopo i primi 6 mesi di attività.

Importo del progetto: € 89.100,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

NATURA W 2012 - LA NATURA DEI PARCHI

Soggetto proponente: Consorzio di Promocommercializzazione Valli del Cimone d'intesa con l'assessorato Ambiente della Provincia di Modena, parchi e riserve modenesi.

Descrizione del progetto: progetto di Turismo sostenibile nelle aree protette del territorio modenese rivolto al mercato del Turismo Verde declinato nelle sue molteplici forme: Sport/natura/avventura, passeggiate/escursioni/trekking, viaggi di istruzione e summer camp. Il progetto si articola in una serie di iniziative rivolte al segmento di mercato individuale e di gruppo particolarmente interessato a vivere luoghi,

spazi ed emozioni del turismo verde e del turismo scolastico e costituite essenzialmente da proposte di escursione legate alle tematiche specifiche (i luoghi delle emozioni, il benessere, lo sport, la scuola, ecc) che possono costituire motivazione per soggiornare.

L'offerta è varia e diversificata e va dalle proposte escursionistiche, per approfondire la conoscenza del territorio, alle proposte commerciali individuali con formula open, tutto all'insegna della consapevolezza ambientale e del rispetto per la Natura.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto: Parchi e Riserve modenesi.

- Parco Regionale del Frignano;
- Parco Regionale dei Sassi di Roccamalatina;
- Riserva naturale delle Salse di Nirano;
- Riserva naturale orientata di Sassoguidano;
- Riserva naturale orientata delle Casse di Espansione del Secchia;
- Parco Provinciale della Resistenza di Monte Santa Giulia.

Il territorio interessato comprende tutti i Comuni del territorio dei parchi e delle riserve modenesi. I soggetti privati coinvolti sono gli operatori del settore ricettivo, Agenzie di viaggi, esperti per servizi specifici, le Gae – Guide Ambientali Escursionistiche, ecc.

Obiettivi:

- Diffondere la conoscenza del ricco patrimonio naturalistico della Provincia;
- Sviluppare i soggiorni e Short Breaks;
- Incrementare le presenze turistiche nei periodi di bassa stagione: primavera e autunno;
- Consolidare il marchio territoriale “Natura W Parchi e Riserve Modenesi”;
- Stimolare una crescita compatibile e qualitativamente elevata della ricettività turistica;
- Qualificare e promuovere i servizi di accompagnamento escursionistico-ambientale dei Centri Visita Parco.

Mercati di intervento: variabili a seconda dell'offerta

Prodotto escursionistico: bacino di prossimità, Provincie dell'Emilia e dell'alta Toscana;

Prodotto commerciale individuale: bacino di prossimità, Provincie dell'Emilia e dell'alta Toscana;

Prodotto commerciale gruppi: Basso Veneto, Bassa Lombardia, Toscana, Emilia Romagna, Marche, Lazio saranno i principali bacini di riferimento.

Segmenti di domanda:

Proposte escursionistiche

Proposte commerciali per individuali

Proposte commerciali per gruppi;

Riserva Naturale delle Salse di Nirano;

Riserva Naturale Orientata di Sassoguidano;

Riserva Naturale Orientata delle Casse di Espansione del Secchia;

Parco Provinciale della Resistenza di Monte Santa Giulia.

Azioni e strumenti:

Azioni:

- Immagine coordinata, editoria, informazione all'ospite
- Comunicazione e pubbliche relazioni,
- Web marketing e web promotion
- Sostegno alla commercializzazione,
- Fiere e Manifestazioni,
- Marketing diretto,
- Eventi

Strumenti:

- Eventi, Immagine coordinata, editoria, informazione all'ospite
- Comunicazione e pubbliche relazioni,
- Fiere e Manifestazioni,
- Sostegno alla commercializzazione,
- Marketing diretto,
- Eventi,

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

Verranno valutati:

- il numero dei pernottamenti;
- le richieste d'informazioni ricevute tramite coupon, fax, posta, e-mail;
- il numero di visitatori del sito Internet;
- il numero dei partecipanti alle iniziative;
- le rassegne stampa.

Importo del progetto: € 45.000,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

IL PALAZZO DEI PIO, PORTA D'INGRESSO AL CIRCUITO DEI CASTELLI MODENESI

Soggetto proponente: Carpi, quale capofila dell'Unione di Comuni Terre d'Argine - Comuni di Campogalliano, Carpi, Novi e Soliera.

Descrizione del progetto: il progetto proposto mira allo sviluppo del turismo culturale, familiare, scolastico e associativo in un'ottica di integrazione territoriale e di promozione, mediante la valorizzazione del Palazzo dei Pio di Carpi quale qualificato polo culturale ed ambientale. La valenza turistica è determinata anche dalla particolare collocazione geografica del sito, nel cuore della pianura padana, e dall'offerta di pacchetti turistici che prevedono escursioni e visite anche all'intero territorio provinciale e regionale.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto: Comuni di Campogalliano, Carpi, Novi e Soliera, Strada dei Vini e dei Sapori "Terre Piane", rete dei Castelli Modenesi, Fondazione Ex Campo Fossoli, Associazioni di volontariato, Associazioni di categoria, Esercenti, Associazione di promozione del Centro storico, Consorzi di tutela dei prodotti tipici, Modenatur e scuola alberghiera Nazareno di Carpi.

Obiettivi:

- elevare il livello di conoscenza e d'immagine, definendo sinergie con le altre città della provincia inserite nel circuito dei Castelli;
- favorire un aumento della permanenza sul territorio degli attuali visitatori dei musei castellani, integrando la visita con altre offerte;
- aumentare l'indice di utenza delle strutture alberghiere e della ristorazione in particolare nei periodi contraddistinti da una frequenza più debole;
- favorire e stimolare gli operatori privati nella ricerca e offerta di nuovi prodotti turistici più aderenti alle loro richieste, proposte di esperienze che possano far vivere in modo autentico al turista la realtà locale (corsi cucina, artigianato, scagliola, laboratori didattici, ecc.);
- promuovere/implementare la visibilità dei prodotti turistici, culturali ed enogastronomici presenti sui territori al fine di rendere più organica l'offerta.

Mercati di intervento: le azioni previste sono rivolte sia al mercato italiano: aree limitrofe regionali, mercati di prossimità raggiungibili attraverso l'asse autostradale Brennero-Modena e le linee ferroviarie, compresi i mercati esteri, in particolare di lingua tedesca (Germania, Austria e Svizzera) per ragioni di collocazione geografica. Altro importante mercato su cui puntare è quello britannico verso il quale si proseguirà nell'opera di comunicazione e promozione. Tutte le attività rivolte ai mercati esteri saranno attuate in accordo con APT Servizi.

Segmenti di domanda: turismo familiare, culturale, sociale, enogastronomico e d'affari, particolare attenzione è riservata al turismo scolastico, associativo e di gruppo, anche europeo.

Azioni e strumenti:

- Organizzazione e calendarizzazione delle iniziative in modo coordinato,
- Predisposizione e pubblicazione di materiale informativo,
- Azioni di promozione.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati: monitoraggio dei contatti e informazioni richieste all'Ufficio IAT, grado di adesione di chi accede ai servizi rispetto ai contatti, rilevazione visitatori e utenti reti museali del distretto.

Importo del progetto: € € 20.000,00

Attribuzione di merito: DISTINTO

IL BORGO È IN FESTA TRA DAME E CAVALIERI

Soggetto proponente: Associazione Volontaria Pro Rocca

Descrizione del progetto: il progetto è pensato in un'ottica di valorizzazione del territorio ad intergrazione delle offerte in una logica di rete sia per caratteristiche culturali, storiche ed emergenze archeologiche sia per sistemi territoriali a valenza sovracomunale. In particolare si cercherà di stimolare un turismo a carattere culturale e archeologico in relazione anche al ritrovamento di un centinaio di mummie, attualmente allo studio in diverse università italiane, nei sotterranei della chiesa di San Paolo.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto: Provincia di Modena, Comunità Montana del Frignano, Comune di Pievepelago, Accademia dello Scoltenna, Sovrintendenze ai beni architettonici, sedi universitarie interessate allo studio delle mummie ritrovate.

Obiettivi: conoscenza del borgo storico di Roccapelago e del sito archeologico venuto recentemente alla luce nei sotterranei del castello nel corso di lavori di restauro.

Mercati di intervento: provinciale, regionale e tematico anche nazionale e internazionale in collaborazione con APT Servizi;

Segmenti di domanda: Turismo culturale e archeologico.

Azioni e strumenti:

- rievocazione storica di Roccapelago,

- visite guidate al museo "Sulle orme di Obizzo da Montegullo", agli scavi archeologici e alla rocca restaurata,
- giornate di studio.

A queste proposte verrà data evidenza con la promozione attraverso i mezzi di comunicazione di massa disponibili.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati:

- rilevazione visitatori della Rocca,
- statistiche presenze negli esercizi ricettivi, bar, alberghi e ristorazione.

Importo del progetto: € 18.000,00

Attribuzione di merito: BUONO

FINALE EMILIA: TRA STORIA E MEMORIA

Soggetto proponente: Comune di Finale Emilia.

Descrizione del progetto: il progetto consiste nella realizzazione di diverse iniziative tese alla promozione del territorio nei suoi aspetti storici, artistici e architettonici e nasce dall'esigenza di esplicitare le potenzialità turistiche della città e di rendere maggiormente accessibili le informazioni relative al patrimonio in essa presente ma spesso poco visibile, una sorta di tesoro nascosto nella città da scoprire attraverso un percorso che lega passato e presente.

Territori e soggetti coinvolti nel progetto: il progetto coinvolge il Comune di Finale Emilia e prevede la partecipazione dell'Ufficio cultura, dello UIT, dell'Ufficio stampa, della Biblioteca e dell'Archivio storico del Comune stesso oltre alla partecipazione di Associazioni culturali locali (R6J6, Conestabili, Cinquedeà, Athena), Istituti scolastici e Parrocchia avvalendosi dell'ausilio di esperti esterni.

Obiettivi: favorire la promozione e la fruizione artistica del territorio, produrre situazioni in grado di attirare flussi turistici significativi, creare occasioni in grado di codificare le peculiarità del patrimonio artistico del nostro territorio ringiovanendone l'immagine mostrando l'ampia gamma di opportunità offerte.

Mercati di intervento:

Ambito regionale, nazionale e internazionale (legato agli scambi culturali e ai gemellaggi) in accordo con APT Servizi.

Azioni e strumenti:

le azioni previste sono

- ricerche, indagini storiche a cura degli uffici comunali coinvolti,
- recupero del materiale documentario,
- fotografie e riproduzioni del materiale,
- redazione di testi,
- realizzazione di progetti espositivi per le singole iniziative,
- progettazione di allestimenti tecnici e scenografici,
- produzione cartellonistica,

attraverso i seguenti strumenti:

- Comunicati stampa,

- Notiziario comunale,
- Brochure, pieghevoli, locandine e manifesti,
- Sito internet comunale.

Criteri e modalità di riscontro dei risultati: si valuterà il numero di visitatori a manifestazioni, eventi, sagre e fiere paesane; le visite guidate ai complessi monumentali e quelle scolastiche ai Musei, nonché le visite alle mostre temporanee e agli allestimenti permanenti. Verranno poi presi in considerazione gli accessi al sito e i contatti per informazioni.

Importo del progetto: € 43.000,00

Attribuzione di merito: **BUONO**